



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAFAMOUS) DALAM  
MEWARWARKAN SESUATU PRODUK ATAU ACARA  
MAJLIS DENGAN MENGGUNAKAN  
TEKNIK PEMASARAN VIRAL**

**NURAIN FATIN BINTI ABDUL RASID  
2014242392**

**SARJANA MUDA  
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)  
PENGURUSAN INDUSTRI SENI**

**MAC 2017**

**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL (*INSTAFAMOUS*)  
DALAM MEWARWARKAN SESUATU PRODUK  
ATAU ACARA MAJLIS DENGAN  
MENGUNAKAN TEKNIK  
PEMASARAN VIRAL**

**NURAIN FATIN BINTI ABDUL RASID**

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi  
sebahagian daripada syarat memperolehi  
**Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)  
Pengurusan Industri Kreatif**

**Fakulti Filem, Teater dan Animasi**

Mac 2017

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
KAMPUS PUNCAK PERDANA  
SHAH ALAM SELANGOR**

SESI: MAC 2017 – JULAI 2017

**DENGAN INI MENGESAHKAN**  
NURAIN FATIN BINTI ABDUL RASID  
2014242392

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH  
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA AKADEMIK  
FAKULTI.**

**TARIKH:**

.....

**PENYELIA**  
ENCIK AZROZ MOHD

.....

**DEKAN**  
DATO' PROFESOR DR. A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN

.....

## **PENGAKUAN**

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya pihak lain yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar ke mana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar	:	Nurain Fatin Binti Abdul Rasid
No. Pelajar	:	2014242392
Program	:	Pengurusan Industri Kreatif (FF226)
Fakulti	:	Fakulti Filem, Teater dan Animasi
Tajuk Kajian / Projek	:	Pengaruh Media Sosial (Instafamous)  Dalam Mewarwarkan Sesuatu Produk  atau Acara Majlis Dengan Menggunakan  Teknik Pemasaran Viral
Tandatangan Pelajar	:	.....
Tarikh	:	Julai 2017

## ABSTRAK

Latihan ilmiah ini memfokuskan tentang strategi pemasaran *viral* yang digunapakai oleh individu yang berpengaruh di media social iaitu *Instafamous* dalam mewarwarkan sesuatu produk atau acara majlis. Strategi pemasaran dalam sesebuah perniagaan yang dijalankan adalah memainkan peranan penting untuk menentukan kejayaan atau kegagalan sesebuah perniagaan atau aktiviti. Oleh yang demikian, kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti elemen yang digunakan oleh pengaruh media sosial (*Instafamous*) dalam mewarwarkan sesuatu produk atau acara majlis dengan menggunakan teknik pemasaran *viral*. Kaedah Kualitatif digunakan sebagai metodologi dalam kajian ini dimana kaedah seperti temubual beberapa individu (*Instafamous*) yang akan dijalankan serta kaedah pemerhatian bagi memperoleh informasi mengenai elemen yang diperlukan dalam hasil kajian yang mampu memenuhi kehendak objektif kajian. Kaedah kualitatif diharapkan dapat mengenalpasti elemen tentang strategi pemasaran *viral* yang digunakan oleh (*Instafamous*) untuk mewarwarkan sesuatu produk atau acara majlis.

## ***ABSTRACT***

*This research is focussing on viral marketing that is widely used by Instafamous; a nickname given for an individual who is famous on Instagram application with thousands of followers in order to promote a product or any events. Marketing strategy is very crucial and plays an important role in a business as it can determine the growth of an entity. In this research, qualitative method will be used whereby a number of interviews will be held with the Instafamous and an observation to know the elements of viral marketing strategies.*

# ISI KANDUNGAN

	<b>Muka Surat</b>
<b>PENGESAHAN</b>	ii
<b>PENGAKUAN</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>ABSTRACT</b>	v
<b>PENGHARGAAN</b>	vi
<b>ISI KANDUNGAN</b>	vii

## **Pengenalan**

Memahami Pemasaran: Mencipta Nilai dan Kepuasan Pelanggan	1
Definisi Pemasaran	2
Persekitaran Pemasaran dan Perspektif di Alaf Baru	2
Penyataan Masalah	3
Persoalan Kajian	6
Objektif Kajian	6
Tujuan Kajian	7
Signifikasi Kajian	7
Skop dan Limitasi Kajian	8
Reka Bentuk dan Kaedah Kajian	9
Rumusan	9

**BAB SATU:  
MEDIA SOSIAL DAN PEMASARAN *VIRAL* DALAM  
INDUSTRI PERNIAGAAN**

Pengenalan	11
Definisi Pemasaran dalam Industri Perniagaan	13
Definisi Pemasaran <i>Viral</i> dalam Industri Perniagaan	14
Kesan Pendedahan Pengguna Media Sosial di Internet	15
Kesimpulan	16

**BAB DUA:  
PEMASARAN *VIRAL***

Pengenalan	18
Pengaruh dan Fungsi Pemasaran <i>Viral</i>	19
Kepelbagaian Aspek Pemasaran <i>Viral</i>	21
Menggunakan Video untuk Pemasaran <i>Viral</i>	24
<i>Folksnomonies</i> / Teknik Pemasaran <i>Viral</i> Terkini	26
<i>Viral</i> Menjadi Virus	27
Kesimpulan	29

**BAB TIGA:  
PENGUNAAN ELEMEN-ELEMEN OLEH *INSTAFAMOUS*  
DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK PEMASARAN *VIRAL***

Pengenalan	31
Asyalliee	32
Nizam Rahman	42
Kesimpulan	52



## **KESIMPULAN**

Pengenalan	53
Ringkasan Kajian	53
Kesimpulan Kajian	55
Cadangan	60

<b>RUJUKAN</b>	<b>64</b>
----------------	-----------